



Il “giudizio di plusvalore”. Selezione e riproducibilità

The “judgment of surplus value”. Selection and reproducibility

Ernesto Franco

Direttore generale Einaudi, Italy

Il presente contributo era stato pubblicato nel volume *Il giudizio di valore e il canone letterario*, a cura di Loretta Innocenti, Roma, Bulzoni, 2000, pp. 89-99 («I libri dell'Associazione Sigismondo Malatesta. Studi di letteratura comparata e teatro», 16).

SOMMARIO | ABSTRACT

Il saggio si incentra sul delicato ruolo dell'editore il quale, nel confezionare il proprio giudizio sull'opera da pubblicare (o da non pubblicare), si ritrova impegnato in una problematica ricerca di equilibrio tra l'esigenza del profitto -imposta dalla natura economica dell'impresa che rappresenta – e la necessità di militanza rispetto all'orientamento dei valori da trasmettere ai lettori, attraverso la propria politica editoriale. Non si tratta soltanto di realizzare un “giudizio di valore”, dal quale dipenda praticamente la sopravvivenza dell'azienda (“il giudizio di valore che si emette dall'interno di una casa editrice è sempre anche un giudizio sul plusvalore che l'opera sarà in grado di produrre”), ma di scommettere “di volta in volta sulla differenza che la singola opera racchiude rispetto al mercato medesimo. L'editore mette a confronto il canone della tradizione e le convenzioni del mercato, e in tale interstizio cerca le ragioni della propria identità”. | The essay focuses on the delicate role of the publisher who, in crafting his own judgment on the work to be published (or not to be published), finds himself engaged in a problematic search for a balance between the need for profit – imposed by the economic nature of the enterprise he represents – and the need for militancy with respect to the orientation of the values to be conveyed to readers, through his own editorial policy. It is not simply a matter of making a “value judgment” on which the survival of the company practically depends (“the value judgment issued from within a publishing house is always also a judgment on the added value that the work will be able to produce”), but of betting “from time to time on the difference that the individual work embodies with respect to the market itself. The publisher compares the canon of tradition and the conventions of the market, and in this interstice seeks the reasons for his own identity”.

PAROLE CHIAVE | KEYWORDS

selezione editoriale, giudizio di valore, militanza, riproducibilità estensiva, canone e marketing | editorial selection, value judgement, militancy, extensive reproducibility, canon and marketing

Devo innanzi tutto sciogliere la forzatura del titolo per subito cercare un principio di delimitazione a ciò che qui interessa. Una volta, non un editore, ma un funzionario di altissimo livello editoriale di una delle più grosse case editrici straniere definì – se non con orgoglio certamente con sicurezza – la propria casa come “avalutativa”. Con ciò compiva un triplice movimento: non entrava nel merito, allontanava da sé il problema, ma – sia pure per via negativa – toccava il punto centrale della nostra questione. In realtà, anche quella casa editrice, per quanto grande, non poteva evidentemente pubblicare tutto, e anche pubblicando di tutto è inevitabile orientarsi secondo un principio di selezione, il quale implica quindi un orientamento, sia pur vago, per valore. Anche rimanendo al livello minimo secondo cui criterio di valore è, diciamo, la riproducibilità estensiva – il rischio calcolato del *marketing* contro la scommessa parzialmente divinatoria del giudizio di valore culturale che sfida non lo spazio ma il tempo, e che quindi è possibile qui definire riproducibilità intensiva – sembra inevitabile prender parte. Tanto vale, quindi, il problema porsi e, se non risolverlo, almeno articolarlo. Propongo i termini seguenti.

Ogni volta che un editore emette su qualsivoglia opera – grande o piccola, letteraria o saggistica, scientifica o divulgativa – un giudizio di valore, gli orizzonti che entrano nella dinamica sono di carattere culturale, etico ed economico non separatamente, ma contemporaneamente. Significativo, a tale proposito, il ritornello di Livio Garzanti ai suoi editoriali, che venivano invitati a non dar retta in alcun modo ai giudizi e ai consigli dei funzionari commerciali: “Loro non capiscono niente – diceva più o meno, esagerando come al solito – e se voi non avete introiettato anche il loro criterio di giudizio avete sbagliato mestiere”. In questo senso, il giudizio di valore che si emette dall’interno di una casa editrice è sempre anche un giudizio sul plusvalore che l’opera sarà in grado di produrre, ma mai solamente una cosa senza l’altra. Mai solamente, dall’interno di una casa editrice di cultura, che allora possiamo, in termini minimi, ridefinire come quell’organismo dove si ha chiara coscienza del carattere singolare, nel senso sopra accennato, del proprio giudizio di valore. Un organismo, per trovare una formula, che in tutti i sensi fa incessantemente i conti con il proprio giudizio di valore.

La cosa mi sembra di qualche importanza per tre ordini di ragioni. Primo: individua una particolare tipologia di giudizio di valore; secondo: tale particolare giudizio di valore, viene, nella società di massa ogni giorno di più, prima del giudizio di valore della critica e della cultura e in qualche

modo lo consente. Il giudizio che abbiamo definito di plusvalore esercita in senso assoluto, e almeno nell'immediato, un potere pratico immenso poiché decreta, in principio, l'esistenza o l'inesistenza dell'opera, anche se non ne può garantire la permanenza, che è territorio più proprio, e forse di rivincita nel tempo, del giudizio di valore. Terzo in forma problematica: il “giudizio di plusvalore” pare nascere con un serio condizionamento esterno, addirittura un sospetto di incoerenza. Forse – per il principio dell'*handicap* –, è possibile trasformare tale condizionamento, se non in un vantaggio, almeno in elemento produttore di senso.

Dunque, l'opera viene giudicata da un editore come qualcosa che ha un valore e nello stesso tempo produce, interpreta, orienta valori: non soddisfa semplicemente dei bisogni. Ciò non è solo, come potrebbe apparire, un gioco di parole, ma, al contrario, indica il “conflitto di ruoli” dell'editore, costitutivo del mestiere secondo Siegfried Unseld, successore di Peter Suhrkamp alla guida della casa editrice omonima (Unseld 1988: 8 e ss.). Con toni e termini che di volta in volta possono apparire un po' troppo appassionati o un po' troppo militanti – caratteristiche peraltro costanti del linguaggio e della mentalità dell'editore – Unseld (1988: 7) pone a se stesso la domanda:

In quale misura una casa editrice, che come qualsiasi altra azienda è organizzata secondo principi capitalistici e deve realizzare dei profitti, può produrre una letteratura che si ponga sempre, come ogni grande letteratura, dalla parte dei deboli e degli oppressi? In che modo può proporre opere esplicitamente politiche che si pronuncino *contro* la corsa sfrenata al profitto, *contro* la crescita selvaggia, *contro* lo sfruttamento della nostra base ecologica in nome della tecnica e del progresso, e *a favore* di nuovi diritti fondamentali dell'individuo?

Nel corso dell'argomentazione Unseld precisa il proprio pensiero, parlando del lavoro editoriale che “rappresenta il progresso in opposizione a ciò che semplicemente è e rappresenta solo lo *status quo*” (1988: 10); e infine risponde a se stesso:

Non vi è contraddizione nel darsi un'organizzazione capitalistica e nel produrre tuttavia letteratura progressista. In sostanza, se oggi una casa editrice organizzata secondo criteri capitalistici contribuisce con tutte le sue forze a far luce sulla struttura psicogenetica dell'individuo e sulla struttura sociogenetica dell'ambiente, e quindi anche sui fondamenti sui quali essa stessa poggia, questa casa editrice contribuirà oggettivamente al progresso ben più che se si privasse, in nome di un'etichetta

cosiddetta progressista, di quegli stessi fondamenti che le consentono di svolgere la propria azione (1988: 10-11).

Tutto giusto, solo che la contraddizione esiste eccome, e non basta a cancellarla un atto di volontà. Mi pare necessario invece assumerla in quanto tale e metterla al lavoro. Cosa che è possibile, da parte dell'editore, soltanto aggiornando costantemente la responsabilità del proprio particolare giudizio di valore. Il quale intanto, per la propria struttura come sopra sommariamente indicata, del valore come concetto ribadisce almeno due aspetti giudicati, ad esempio, da Gaetano Calabrò, nella voce *Valori* dell'*Enciclopedia Einaudi*, essenziali. Innanzitutto, che

la considerazione dei mezzi appare costantemente inclusa nella considerazione del valore. Il valore non indica semplicemente un termine o un punto d'arrivo ma anche la via e il mezzo per arrivarci (Calabrò 1981: 953),

da cui, direttamente e in secondo luogo, consegue che vano è qualsiasi riparo teorico o pseudoggettivo e che i valori non sono tanto punti di vista, ma, secondo una formula di Max Weber, sempre e comunque, almeno in parte, “punti d'attacco” che implicano ed esigono una militanza:

Chi dice valore – lo sappia o no – vuole far valere e farsi valere. Le virtù vengono predicate; le norme applicate; i comandi eseguiti; ma i valori vengono posti e imposti. Chi afferma la loro validità, non può esimersi dal farli valere. Chi dice che essi valgono, senza che qualcuno li faccia valere, o fa confusione o vuole ingannare (1981: 956).

In questo senso una casa editrice è una macchina d'attacco esplicita ed esemplare. Il giudizio di valore che vi si esprime ha una immediata ricaduta pratica, l'opera esiste o non esiste, e se esiste, con le sue attività promozionali, di *marketing* e ufficio stampa, la casa editrice cerca di farla valere in ogni modo, innanzi tutto perché da tale militanza dipende la sopravvivenza economica della casa editrice medesima come azienda. In questi termini vale la definizione di macchina esplicita ed esemplare, che strutturalmente non ammette nessun grado di falsa coscienza. Il che per esempio vuol dire che certamente un'opera di valore non può essere tirata in ballo per giustificarne cento di pura valenza commerciale, ma neppure che operazioni di carattere commerciale degradino per contaminazione le scelte culturali che vengano contemporaneamente operate. Certo, comunque e sempre si milita per entrambi i valori. La contraddizione è al lavoro.

Ovviamente, tali coordinate forniscono una macroscopia dei valori e dei conseguenti giudizi secondo cui un editore opera le proprie scelte. Tuttavia esiste un precipitato di tale dinamica in tutte le fasi che articolano il suo lavoro e i relativi risultati. Quando Samuel Fischer, altro grande editore tedesco, afferma che “la missione più importante – si osservi come ritorna il tono inevitabile ma onesto della militanza – e più bella di un editore è di imporre al pubblico valori che esso rifiuta” (Unsel 1988: 45) e da noi gli fa eco Italo Calvino quando sosteneva che vale la pena di fare il mestiere affinché la cultura italiana sia in un modo e non in un altro, tali parole, dato appunto il mestiere di chi parla, non devono intendersi solo come l’affermazione di un orizzonte di valori, ma anche come implicita valutazione dei mezzi utili a raggiungerli. In altri termini, ciò significa che se io giudico, poniamo, che sia utile riaffermare nella società contemporanea la memoria di un fatto storico recente, non devo esitare a pubblicare un libro che lo testimoni, anche qualora non aggiunga nulla di particolarmente innovativo per le conoscenze acquisite, sia stilisticamente debole e magari non perfetto dal punto di vista storiografico. Non nascondendomi tali limiti e neppure il fatto che in quel momento sto militando per la *diffusione* del valore scelto, il che implica almeno una semplificazione nella qualità espositiva e di analisi. Non devo neppure nascondermi che sto facendo, per il valore che ho scelto, un’operazione squisitamente commerciale. Sto allestendo un tessuto culturale che mi serve oggi per l’affermazione del valore, che mi dà oggi profitto e che consentirà al valore di persistere in futuro, almeno nelle sue espressioni più alte.

Ma vediamo altri due casi storici in cui si dispiega la complessità del giudizio di valore così come viene espresso da un editore. Il primo riguarda l’opera di Fernand Braudel *Civiltà e imperi del Mediterraneo nell’età di Filippo II*. Delio Cantimori, autorevolissimo consigliere della casa editrice Einaudi, invia una scheda di lettura che val la pena di riportare per intero. Scrive Cantimori:

Sono contrario alla traduzione e alla pubblicazione in italiano del grosso volume del Braudel, *La Méditerranée...*, ecc. del quale mi sono state inviate le bozze in sedicesimi ai primi di maggio.

Le ragioni sono le seguenti: non ritengo utile, anzi dannoso, diffondere, per mezzo della traduzione un’opera così ben scritta, – brillante, affascinante anche per la sua facilità ed evasività e superficialità di riflessione e di concetti, – il metodo, o il sistema, o il regime, o l’arte, o la retorica, chiamateli come credete, del gruppo di L. Febvre, Mozaré, Braudel,

ecc. ecc. Come cercherò di mostrare in un saggio che spero di pubblicare presto, si tratta ormai di una geo-socio-storia, che associa in una presentazione tanto brillante e suggestiva, quanto evasiva, tanto piccante, quanto indigesta, i motivi della geopolitica, delle sociologie pseudostoristiche tedesche (Troeltsch, Weber, Simmel, Spengler, Keyserling, ecc.), degli schemi pseudoscientifici degli Ellero e dei Toynbee messi insieme. Tutto è “significativo” in questo sfavillante Mediterraneo; ma in questo luccichio di significazioni ed evocazioni, una specie di *Via col vento* della storiografia, si rimane abbarbagliati: e non si capisce più niente. Non è realismo storiografico; è brutto naturalismo. Noi abbiamo avuto un precedente: il *Medioevo italiano* [*Il Medioevo*] di G. Volpe per Vallecchi (1926 o 1928). Per dir tutto non si dice niente.

Con ciò non si nega né vasta preparazione, né larga informazione; né relativa novità dei risultati, né interessanti conclusioni, né pagine sostanziose; è un libro che mi affretterò ad acquistare, ma che non ritengo utile sia fatto conoscere da Einaudi al pubblico italiano, col rispondere forse alla stessa esigenza alla quale risponde il romanzo storico sovietico, p. es.; ma la impostazione pseudoscientifica rende estremamente pericoloso questo metodo, specialmente da noi: stiamo appena uscendo dalla prosopopea e dal vuoto idealistico ammantati di concetti, parolone, pensieroni ecc., e ora dobbiamo sostituirlo con il vuoto neopositivistico e neosociologico, ammantato di allusioni, richiami, evocazioni, significazioni, suggestioni, puntini di sospensione? certo, fa *sentire* la complessità della storia: ma certe cose non basta *sentirle* e rimanere a bocca aperta: si corre il rischio di rimanere in superficie, senza penetrare mai al di sotto. Se qualche tendenza c'è, sarebbe quella, proprio, di una terza forza storiografica, che solletica tutti e non soddisfa nessuno, anche se a qualcuno il solletico può piacere. Perciò senza negare nessuno dei meriti del lavoro del Braudel, considero pericolosa e dannosa la traduzione di questo libro. Da tempo studio questa tendenza. Queste sono le conclusioni generali. La dimostrazione seguirà a suo tempo, intanto, quanto al parere sulla opportunità di tradurre il libro, mi pare che basti (Cantimori 1991: 795-96).

Siamo nel 1949. Einaudi come noto, pubblica il libro. Ora, indipendentemente da qualsiasi tipo di valutazione storica, di scuola ecc. – che pure andrebbe fatta per una comprensione non parziale e superficiale di quanto citato –, bisogna ammettere che Cantimori, mentre esprime un giudizio negativo, si chiama fuori dal ruolo di editore pur mettendo quest'ultimo – sia pur per via negativa –, con tutti quegli elogi, nella condizione di avere

gli elementi per emettere un giudizio non da storico ma da editore. Una consulenza ineccepibile, da un certo punto di vista. E infatti l'editore fa la cosa giusta, decidendo l'opposto di ciò che gli consiglia di fare, non come editore ma da storico, il consulente. Non accade qui che lo storico valuti e l'editore no. E neppure che l'uno dica no e l'altro sì. Lo storico dice: *no, anche se*; l'editore dice e fa in modo che sia: *sì, anche se*. E non nell'uno o nell'altro, ma è in tale intermedio e dialettico “anche se” che consiste il giudizio di valore dell'editore, in questa occasione scisso in due entità differenti – Cantimori e la casa Einaudi – ma che noi dobbiamo immaginare operante come una complessità. Lo storico è consapevole di esprimere un punto di vista a cui virtualmente possono essere contrapposte altre prospettive. L'editore è consapevole di incarnare un “punto d'attacco” che, virtualmente, tende ad annientare nella militanza pratica l'opera e l'altro. Lo storico esprime un giudizio, quella dell'editore è già una condanna. È per questo che, come scrive Unseld, “per temperamento l'editore sarebbe portato a dire più sì che no” (1988: 35), anche se, come afferma ancora Unseld e più volte ha sostenuto Giulio Einaudi, i “no” disegnano la fisionomia e costituiscono la gran parte del lavoro di un editore (Cesari 1991). Ma è inutile non riconoscere che tale democrazia intellettuale dell'editore è concretamente favorita e alimentata da quell'immagine dei vari Cantimori che corrono in libreria ad acquistare il libro del Braudel. Ecco l'*handicap* che si trasforma in principio di produzione culturale. Purché all'interno di quel sì rimanga all'erta la coscienza critica del no, che è il prezzo che l'editore paga per acquistare identità, cioè “immagine”, voce quest'ultima ancora una volta comune anche al bilancio aziendale. La contraddizione è al lavoro.

Versione introiettata di quanto precede è, per fare ancora un esempio, il giudizio editoriale fulminante di Cesare Cases su Céline: “Céline è un tipo che andava forse ammazzato e contemporaneamente pubblicato” (Archivio Einaudi, “Verbale del Consiglio Editoriale del 18 dicembre 1968”). In ogni giudizio che esprime in quanto editore, dal piano annuale alla singola opera, chi lavora in una casa editrice deve seguire il consiglio che Hermann Hesse diede sempre a Unseld:

Un editore deve “marciare al passo con i tempi”; e tuttavia non deve semplicemente adottare le mode del momento, bensì sapervi resistere se non sono degne. Nell'adeguamento e nella resistenza critica si attua la funzione del buon editore, il ritmo alterno della sua respirazione (1988: 35-36).

Credo che sia più facile in linea di principio accettare l'idea di resistenza critica, ma in realtà è molto più importante misurare la quantità di adeguamento, ancora una volta sia nel singolo libro che nel piano editoriale, anche perché troppo schematico è il ragionamento per cui i libri che hanno solo valore commerciale consentano la pubblicazione di quelli che poco ne possiedono, di contro a un valore culturale inestimabile. Nella pratica accade che ogni libro, anche il più complesso, deve trovare i suoi lettori, altrimenti rischia di diventare “incomprensibile” per l'editore, ma anche che i libri commerciali tendono a generare e richiamare solo propri simili, in quantità costanti, se non sempre maggiori (è ovvio che un editore voglia migliorare anno dopo anno il proprio fatturato).

Le ragioni dell’“anche se” determinano il lavoro dell'editore rispetto al canone, all'*editing* e al rapporto con l'autore. Rispetto al canone, l'editore si adegua, scegliendo i classici che questo gli trasmette, ma resiste, facendo sua, negli apparati e nei commenti, l'idea di Calvino che “per poter leggere i classici si deve pur stabilire ‘da dove’ li stai leggendo, altrimenti sia il libro che il lettore si perdono in una nuvola senza tempo” (Calvino, ed. 1995: 1822). Quindi, l'editore rende un valore di contemporaneità ai classici e su tale valore scommette. Nello stesso tempo accetta tutto ciò che la contemporaneità, con i suoi bisogni e il suo mercato, gli mette a disposizione e vi si adegua, scommettendo però di volta in volta sulla differenza che la singola opera racchiude rispetto al mercato medesimo. L'editore mette a confronto il canone della tradizione e le convenzioni del mercato, e in tale interstizio cerca le ragioni della propria identità. Sono proprio i condizionamenti del mercato a liberare l'editore dalla rigidità anche nobile del canone e a renderlo, come si suol dire, spregiudicato quando emette un giudizio.

Quanto all'*editing* – pratica su cui si è fatta fin troppa teoria negli ultimi tempi, ma da sempre operante nel lavoro dell'editore –, il principio dell’“anche se” è attivo nella coscienza che deve essere propria in chi lavora sul dattiloscritto di non poter essere che un normalizzatore, anche solo per il fatto di essere una individualità creativa unica, con uniche cultura e sensibilità, portata a mediare con una costellazione di identità creative fra loro molto differenti e ciascuna molto potente. Il lavoro dell'*editor* non deve quindi essere caratterizzato dalla presunzione di un dominio improbabile di qualità stilistiche o concettuali universali, ma dalla grande umiltà di rappresentare per l'autore un canale di adeguamento al suo pubblico contemporaneo. Il consiglio va dato e con esso il giudizio, anche se deve essere chiaro che la responsabilità ultima rimane all'autore. Addirittura, in alcuni casi, il lavoro va fatto al contrario, perché

è l'autore stesso che si autoedita, e in fondo autocensura, con l'obiettivo della massima diffusione della propria opera e a scapito magari della qualità letteraria. Ed è allora l'*editor* a dover resistere fino, per paradosso, a negare la pubblicazione.

Tornando al punto di partenza, dunque, pare possibile sostenere che un editore non è mai “avalutativo”, ma che piuttosto le diverse forme e pratiche in cui si articola il suo giudizio di valore hanno l'*handicap* di dover considerare un elemento estraneo all'opera e alla cultura – quello del profitto, per dirlo con una parola –, e con ciò il vantaggio di una continua chiamata di straniamento rispetto all'assolutizzazione di qualsiasi ordine di valori, ivi compreso, però, anche quello economico. Il “giudizio di plusvalore” toglie aura all'opera, mettendola a confronto con la propria contemporaneità secondo un principio di riproducibilità mercantile. La necessità della selezione impone una scommessa sulla permanenza del valore dell'opera, imponendo un confronto critico con il canone secondo un principio di riproducibilità nel tempo della tradizione a venire. E mi rendo conto, chiudendo, di aver riaperto almeno due questioni.

FONTI ARCHIVISTICHE

“Verbale del Consiglio Editoriale del 18 dicembre 1968”, Archivio Einaudi.

BIBLIOGRAFIA

- Calabrò, Gaetano (1981), “Valori”, in *Enciclopedia*, Torino, Einaudi, vol. 14.
- Calvino, Italo (1995), “Perché leggere i classici”, in *Saggi*, Milano, Mondadori, vol. 2.
- Cantimori, Delio (1991), *Politica e storia contemporanea. Scritti 1927-1942*, Torino, Einaudi.
- Cesari, Severino (1991), *Colloquio con Giulio Einaudi*, Roma, Theoria.
- Unsel, Siegfried (1988), *L'autore e il suo editore*, trad. di Maria Gregorio, Milano-Verona, Adelphi-Valdonega.

Ernesto Franco era nato a Genova nel 1956. Prima di diventare direttore editoriale, e poi generale, di Einaudi, lavorò presso le case editrici Marietti e Garzanti, e insegnò alle università di Genova e Siena. Studioso della cultura ispano-americana, curò, e in qualche caso tradusse, opere di Jorge Luis Borges, Julio Cortázar, Álvaro Mutis, Octavio Paz, Ernesto Sabato, Mario Vargas Llosa. Curò inoltre l'Antologia della letteratura fantastica con testi di Borges, Silvina Ocampo, Adolfo Bioy Casares (Torino, Einaudi, 2007). Di Cortázar ha curato la *Pléiade* con tutti i racconti (1994). Come autore ha pubblicato, presso Einaudi, *Isolario* (1994) e *Vite senza fine* (1999), con cui ha vinto il Premio Viareggio, mentre altre sue opere sono uscite presso Donzelli, Il Melangolo e altre case editrici. Morto nel 2024, poco prima della pubblicazione di questo numero è uscito postumo il suo *Sono stato* (Einaudi, collana «Supercoralli»). | Ernesto Franco was born in Genova in 1956. Before becoming editorial director, and then general director, of Einaudi, he worked at Marietti and Garzanti publishers, and taught at the universities of Genova and Siena. As scholar of Spanish-American culture, he edited, and sometimes translated, works by Jorge Luis Borges, Julio Cortázar, Álvaro Mutis, Octavio Paz, Ernesto Sabato, and Mario Vargas Llosa. He also edited the *Anthology of Fantastic Literature*, with texts by Borges, Silvina Ocampo, and Adolfo Bioy Casares (Turin, Einaudi, 2007). He edited Cortázar's *Pléiade*, with all his stories (1994). As an author, he published *Isolario* (1994) and *Vite senza fine* (1999) with Einaudi, for which he won the Viareggio Prize, while his other works were published by Donzelli, Il Melangolo, and other publishing houses. He died in 2024, and shortly before the publication of this issue, his *Sono stato* (Einaudi, «Supercoralli» series) was published posthumously.